

Nissan rozszerza globalną współpracę z UEFA Champions League

Nissan Motor Co., Ltd. potwierdził przedłużenie globalnej współpracy z UEFA Champions League o trzy lata, między innymi w zakresie Superpucharu UEFA. Legendarny zawodnik Gareth Bale uczcił ten komunikat, organizując niespodziankę dla grupy uczniów w Madrycie w Hiszpanii, którym pokazywał, jak odtworzyć jego kultowy zwycięski gol z finałowego meczu przeciwko Atlético Madrid w 2014 roku.

Zgodnie z umową, zawartą jeszcze przed pierwszym meczem sezonu 2017/2018 UEFA Champions League, japoński producent pozostanie oficjalnym partnerem ligi co najmniej do sezonu 2020/2021 włącznie. Współpraca z UEFA Champions League, trwająca od sezonu 2014/2015, pozostaje największą inwestycją Nissana w sponsorowanie sportu.

UEFA Champions League niezmiennie jest najchętniej oglądanym corocznym turniejem sportowym na Ziemi, a każdy sezon gromadzi przed telewizorami ponad 3,6 mld kibiców. Finał UEFA Champions League w 2017 roku, w którym Real Madryt pokonał Juventus i po raz jedenasty wygrał ten turniej, oglądało na całym świecie ponad 160 milionów widzów – to więcej niż w przypadku jakiegokolwiek innej dorocznej imprezy sportowej.



„Ekscytujące innowacje to podstawa wszystkich działań podejmowanych przez Nissana, a nasza współpraca z najbardziej fascynującym turniejem sportowym na świecie, trwająca już od trzech lat, jest kluczowym elementem tego podejścia” – powiedział Roel de Vries, wiceprezes i globalny dyrektor ds. marketingu w firmie Nissan. „Cieszymy się, że przez kolejne trzy sezony będzie ona najważniejszym punktem naszej globalnej strategii marketingowej. Współpraca ta okazała się wielkim sukcesem i przysporzyła nam dodatkowego zainteresowania ze strony klientów”.

Zgodnie z nową umową Nissan zachowuje szerokie prawa związane z meczami UEFA Champions League, a także dostęp do innych wyłącznych praw, takich jak organizacja akcji Center Circle Carrier, w której młodzi fani futbolu wnoszą kultowy emblemat UEFA Champions League na linię środkową boiska przed każdym meczem, oraz pomeczowe akcje „Goal of the Week” realizowane przez Nissana w mediach cyfrowych.

Guy-Laurent Epstein, dyrektor ds. marketingu w UEFA Events SA, tak skomentował zawartą umowę: „Cieszymy się z kontynuacji współpracy z Nissanem po bardzo udanym pierwszym cyklu. Stanowi ona integralny element naszych relacji ze sponsorami i ma nieoceniony wkład w promocję turnieju na poziomie globalnym. Renoma marki UEFA Champions League z roku na rok konsekwentnie się umacnia, a turniej jest okazją dla takich marek, jak Nissan, do nawiązywania więzi z kibicami piłki nożnej na całym świecie oraz ich aktywizacji”.

„Współpraca z UEFA Champions League ma zasadnicze znaczenie dla powodzenia naszej misji zdobycia pozycji najbardziej pożądanej marki azjatyckiej w Europie. Na najbliższe lata przygotowaliśmy ambitne plany dotyczące produktów i przełomowych technologii, a współpraca z najbardziej emocjonującym sportowym wydarzeniem jest dla nas doskonałą platformą do zacieśniania więzi z odbiorcami naszych produktów oraz promowania marki. Jestem zafascynowany innowacyjnością naszych wspólnych przedsięwzięć z UEFA w zakresie dostarczania emocji fanom i kibicom” – powiedział Jean-Pierre Diernaz, wiceprezes ds. marketingu w Nissan Europe.

Współpraca z UEFA Champions League to kolejny przykład zaangażowania firmy Nissan w przedsięwzięcia wzbudzające największe emocje wśród kibiców sportowych. Nissan jest również partnerem Międzynarodowej Rady Krykieta, City Football Group, Kanadyjskiej Ligi Futbolu oraz Heisman Trust i Heisman Trophy.

Film pokazujący, jak Gareth Bale świętuje przedłużenie globalnej współpracy Nissana z UEFA Champions League.

Nissan i sport

Współpraca z UEFA Champions League jest kolejnym przykładem rosnącego zaangażowania Nissana w globalny sport. Japońska marka wspiera między innymi duże międzynarodowe turnieje krykieta, takie jak Puchary Świata Mężczyzn i Kobiet ICC, a

także Kanadyjską Ligę Futbolu, Heisman Trust i Heisman Trophy, NBA China, Netball Australia oraz City Football Group, do której należą między innymi kluby Manchester City, Melbourne City New York City. Współpraca Nissana z NCAA w Stanach Zjednoczonych jest też najszerzym programem sponsorskim w historii sportu akademickiego – Nissan wspiera 100 college'ów i uniwersytetów, a także wybrane mistrzostwa NCAA w 22 dyscyplinach. Nissana reprezentuje także grupa sportowych ambasadorów, wśród których są piłkarze Gareth Bale, Sergio Agüero i Andrés Iniesta.